

## **Strategi Komunikasi dalam Melakukan Sosialisasi Pemertabatan Bahasa Negara di Ruang Publik**

Communication Strategy of Balai Bahasa Jawa Barat in Conducting Socialization of State Language Dignity in Public Space

<sup>1</sup>Adi Muhammad Iqbal, <sup>2</sup>Dadan Mulyana

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*Email: <sup>1</sup>adimiqbal@yahoo.co.id, <sup>2</sup>dadanmulyana95@yahoo.com*

**Abstract.** Along with the times, many foreign cultures enter to the country of Indonesia and one of them is a foreign language. Currently the use of foreign languages is even seen in some areas of the public space which should use Indonesian language. In 2015, there were nearly 70 percent of the public space in West Java still use a foreign language. Based on the problem, Balai Bahasa Jawa Barat will conduct socialization of State Language Dignity in the public space. The purpose of this research is to find out how communication strategy of Balai Bahasa Jawa Barat in conducting socialization of State Language Dignity in public space. The communication strategy will be assessed based on four important points, there are selection of communication techniques, knowing the communication target, overcoming communication barriers and use of participative socialization. This research uses qualitative method with case study approach. The techniques of data collection used are interview, document review and literature study. While the techniques of data analysis used are data reduction, data presentation, and draw conclusions. The results obtained in this research is a communication technique which selected by Balai Bahasa Jawa Barat is informative communication and persuasive. The communication target of Balai Bahasa Jawa Barat is the local government and the owner of public space, Balai Bahasa Jawa Barat observes two factors to recognize the communication target, there are factor of framework reference and factors of situation and condition. The barriers which experienced by Balai Bahasa during the conduct of socialization there are no legal sanctions, Indonesian language is considered not important, and worried about being unsold. Balai Bahasa Jawa Barat asks for help to local government and holds a State Language Dignity competition as a way to overcome these three barriers. Balai Bahasa Jawa Barat implements participative socialization by holding a State Language Dignity competition. This competition will provide stimulation of the owners of public spaces so they are willing to give priority to the Indonesian language.

**Keywords:** Communication Strategy, Balai Bahasa Jawa Barat, Public Space

**Abstrak.** Seiring perkembangan zaman, banyak budaya asing masuk ke negara Indonesia dan salah satunya adalah bahasa asing. Saat ini penggunaan bahasa asing bahkan terlihat di beberapa kawasan ruang publik, yang seharusnya menggunakan bahasa Indonesia. Pada tahun 2015, tercatat hampir 70 persen ruang publik di Jawa Barat masih menggunakan bahasa asing. Berdasarkan masalah tersebut, Balai Bahasa Jawa Barat akan melakukan sosialisasi Pemertabatan Bahasa Negara di ruang publik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mencari tahu bagaimana strategi komunikasi Balai Bahasa Jawa Barat dalam melakukan sosialisasi Pemertabatan Bahasa Negara di ruang publik. Strategi komunikasi ini akan dikaji berdasarkan empat poin penting, yaitu pemilihan teknik komunikasi, mengenal sasaran komunikasi, mengatasi hambatan komunikasi, dan penggunaan sosialisasi partisipatif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, telaah dokumen dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknik komunikasi yang dipilih oleh Balai Bahasa Jawa Barat adalah komunikasi informatif dan persuasif. Sasaran komunikasinya adalah pemerintah setempat dan pemilik ruang publik, Balai Bahasa memperhatikan dua faktor untuk mengenali sasaran komunikasi, yaitu faktor kerangka referensi dan faktor situasi dan kondisi. Hambatan yang dialami oleh Balai Bahasa selama pelaksanaan sosialisasi ada tiga, yaitu tidak adanya sanksi hukum, bahasa Indonesia dianggap tidak penting, dan khawatir menjadi tidak laku. Balai Bahasa meminta bantuan pemerintah setempat dan mengadakan kegiatan Lomba Pemertabatan Bahasa Negara sebagai cara untuk mengatasi ketiga hambatan tersebut. Balai Bahasa menerapkan sosialisasi partisipatif dengan cara mengadakan lomba Pemertabatan Bahasa Negara. Lomba ini akan memberikan rangsangan para pemilik ruang publik sehingga bersedia untuk lebih mengutamakan bahasa Indonesia.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Balai Bahasa Jawa Barat, Ruang Publik

## A. Pendahuluan

Bahasa Indonesia adalah bahasa Negara Republik Indonesia yang digunakan oleh seluruh lapisan warga negara Indonesia. Sebagai bahasa nasional suatu negara, bahasa Indonesia memiliki beberapa fungsi, di antaranya bahasa sebagai alat ekspresi diri, bahasa sebagai alat komunikasi, bahasa sebagai alat integrasi dan adaptasi sosial, dan bahasa sebagai alat kontrol sosial (Keraf dalam Suyanto, 2011:19).

Seiring perkembangan zaman, banyak budaya asing masuk ke negara Indonesia dan salah satunya adalah bahasa asing. Saat ini penggunaan bahasa asing bahkan terlihat di beberapa kawasan ruang publik di Jawa Barat, yang seharusnya menggunakan bahasa Indonesia. Pada tahun 2015, tercatat hampir 70 persen ruang publik di Jawa Barat menggunakan bahasa asing dan banyak di antaranya tidak menyertakan bahasa Indonesia.

Berdasarkan permasalahan tersebut, pemerintah (Balai Bahasa Jawa Barat) sudah saatnya melakukan penertiban. Balai Bahasa Jawa Barat akan melakukan sosialisasi Pemartabatan Bahasa Negara di ruang publik. Melakukan sosialisasi tentu tidak mudah, apalagi penggunaan bahasa asing di ruang publik ini sudah terlanjur dan dianggap sebagai hal yang wajar. Balai Bahasa Jawa Barat harus melakukan komunikasi dengan efektif agar para pemangku kepentingan ini bersedia untuk mengubah penggunaan bahasa asing di ruang publik. Para pemangku kepentingan di sini adalah pejabat pemerintah, manajer rumah sakit, manajer hotel, manajer restoran, dan pengelola objek wisata. Balai Bahasa Jawa Barat tentunya harus memiliki strategi komunikasi yang tepat sehingga kegiatan sosialisasi dapat berjalan lancar. Mengingat betapa pentingnya strategi komunikasi, maka Balai Bahasa Jawa Barat harus memikirkan dan membuat langkah-langkah yang baik untuk menjalankan strategi komunikasi mulai dari memikirkan siapa komunikator yang akan menyampaikan, menyusun pesan yang akan disampaikan, media apa yang akan digunakan, bagaimana efek yang diterima, sampai kepada tujuan yang akan dicapai.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana strategi komunikasi Balai Bahasa Jawa Barat dalam melakukan sosialisasi Pemartabatan Bahasa Negara di ruang publik?” Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemilihan teknik komunikasi Balai Bahasa Jawa Barat dalam kegiatan sosialisasi Pemartabatan Bahasa Negara di ruang publik.
2. Untuk mengetahui cara Balai Bahasa Jawa Barat mengenali sasaran komunikasi dalam kegiatan sosialisasi Pemartabatan Bahasa Negara di ruang publik.
3. Untuk mengetahui cara Balai Bahasa Jawa Barat mengatasi hambatan komunikasi dalam kegiatan sosialisasi Pemartabatan Bahasa Negara di ruang publik.
4. Untuk mengetahui cara Balai Bahasa Jawa Barat menggunakan sosialisasi partisipatif dalam Pemartabatan Bahasa Negara di ruang publik.

## B. Landasan Teori

Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator (Ross, dalam Mulyana: 2012:69). Komunikasi tidak akan bisa berlangsung jika tidak didukung dengan unsur-unsur komunikasi. Adapun unsur-unsur komunikasi tersebut (Mulyana, 2012:70) adalah: pengirim (*source*), pesan (*message*), saluran/media (*channel*),

penerima (*receiver*), dan akibat/pengaruh (*effect*). Komunikasi mempunyai efek tertentu bagi komunikan atau orang yang menerima pesan komunikasi. Menurut Liliweri (2008:39), secara umum terdapat tiga efek komunikasi, yaitu: efek kognitif, efek afektif, dan efek konatif.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan sosialisasi memerlukan strategi tertentu agar tujuan sosialisasi bisa tercapai. Strategi yang dimaksud adalah strategi komunikasi. Effendy (2016:32) mengungkapkan pengertian strategi komunikasi sebagai berikut: “Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi”. Agar strategi komunikasi berjalan efektif, perlu diperhatikan empat komponen komunikasi, yaitu (1) Mengenali sasaran komunikasi, (2) Pemilihan media komunikasi, (3) Pengkajian tujuan pesan komunikasi, dan (4) Peranan komunikator dalam komunikasi (Effendy, 2016:35).

Menurut Sitorus, sosialisasi merupakan proses di mana seseorang mempelajari pola-pola hidup dalam masyarakat sesuai dengan nilai-nilai, norma dan kebiasaan yang berlaku untuk berkembang sebagai anggota masyarakat dan sebagai individu (dalam Setiadi & Kolip, 2011:156). Dalam pelaksanaannya, sosialisasi dapat dilakukan dengan dua cara (Setiadi & Kolip, 2005:159), yaitu:

1. Sosialisasi Represif (*Repressive Socialization*)

Sosialisasi yang di dalamnya terdapat sanksi jika pihak-pihak yang tersosialisasi seperti anak atau masyarakat melakukan pelanggaran. Sosialisasi seperti ini biasanya menekankan pada penggunaan hukuman terhadap kesalahan agar pelanggar memiliki kesadaran kembali akan kesalahannya dan memberitahukan kepada pihak lain agar tidak meniru perbuatan para pelanggar tersebut.

2. Sosialisasi Partisipatif (*Participative Socialization*)

Sosialisasi yang berupa rangsangan tertentu agar pihak yang tersosialisasi mau melakukan suatu tindakan, misalnya hadiah (*reward*). Contoh; seorang anak agar giat belajar dan nantinya naik kelas biasanya orang tua merangsangnya dengan menjanjikan hadiah kepada anak.

Manusia senantiasa hidup dalam sebuah “ruang hidup” yang di dalamnya mereka bisa berinteraksi atau berkomunikasi. Menurut Habermas, semua wilayah atau ruang kehidupan sosial yang memungkinkan kita untuk membentuk opini publik bisa disebut ruang publik (dalam Ibrahim, 2004:1). Jika dilihat dari sifatnya ruang publik dapat dibagi menjadi 3 macam, yaitu:

1. Ruang publik privat: ruang publik ini memiliki batas waktu tertentu untuk mengaksesnya karena kepemilikannya bersidat pribadi.
2. Ruang publik semi privat: ruang publik yang kepemilikannya pribadi dan biasanya berbayar, namun bisa diakses langsung oleh masyarakat.
3. Ruang publik umum: ruang publik umum biasanya milik pemerintah dan bisa diakses langsung oleh masyarakat tanpa batas waktu tertentu dan gratis.

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Pemilihan Teknik Komunikasi

Hasil penelitian menjelaskan bahwa teknik komunikasi yang digunakan oleh Balai Bahasa Jawa Barat saat sosialisasi Pemertabatan Bahasa Negara adalah komunikasi informatif dan komunikasi persuasif. Balai Bahasa menggunakan

komunikasi informatif dengan alasan banyak pemilik ruang publik yang belum mengetahui bahwa ada undang-undang yang mengatur penggunaan Bahasa di ruang publik. Sedangkan komunikasi persuasif digunakan karena Balai Bahasa tidak bisa memaksa pemilik ruang publik untuk mengubah langsung penggunaan bahasa asing. Selain itu, komunikasi persuasif dianggap lebih efektif dibanding menggunakan komunikasi koersif.

Menurut Effendy, persuasi merupakan proses mempengaruhi sikap, pandangan atau perilaku seseorang dalam bentuk kegiatan membujuk, mengajak, dan sebagainya sehingga ia melakukannya dengan kesadaran sendiri (dalam Ma'arif, 2010:16). Komunikasi persuasif yang diterapkan Balai Bahasa Jawa Barat sesuai dengan teori AIDDA. Menurut Effendy (2008: 25), teori AIDDA merupakan kesatuan singkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasif. Penjelasanannya adalah sebagai berikut:

- A - *Attention* - Perhatian
- I - *Interest* - Minat
- D - *Desire* - Hasrat
- D - *Decision* - Keputusan
- A - *Action* - Kegiatan

Balai Bahasa Jawa Barat membangkitkan *perhatian* pemilik ruang publik di Kabupaten Bogor dengan menjelaskan bahwa menggunakan bahasa asing di ruang publik tidak sesuai dengan undang-undang bahasa. Balai Bahasa juga meminta bantuan Bupati Bogor dan Dinas Pariwisata Kabupaten Bogor agar pemilik ruang publik lebih serius untuk menanggapi permasalahan ini. Dalam lokakarya, Balai Bahasa berusaha menumbuhkan *minat* para pengusaha untuk mengutamakan bahasa Indonesia di ruang publik. Lokakarya ini merupakan kegiatan diskusi sehingga Balai Bahasa tau kendala-kendala apa saja yang dialami pengusaha, yang kemudian akan muncul solusi yang terbaik untuk kedua belah pihak.

Solusi yang dimunculkan oleh Balai Bahasa Jawa Barat adalah dengan mengadakan lomba Pemertabatan Bahasa Negara. Lomba ini diharapkan mampu memunculkan *hasrat* pemilik ruang publik untuk mengubah penggunaan bahasanya. Dalam sosialisasi, dijelaskan bagaimana peraturan agar bisa menjadi pemenang lomba. Pada akhirnya banyak ruang publik yang memutuskan untuk mengikuti kegiatan lomba ini dan mengubah penggunaan bahasa asing.

### **Mengenal Sasaran Komunikasi**

Sebelum melancarkan komunikasi, ada baiknya mempelajari terlebih dahulu siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi. Sasaran komunikasi Balai Bahasa Jawa Barat adalah pemerintah setempat (kepala daerah dan dinas pariwisata) dan pemilik ruang publik (hotel, restoran, tempat wisata). Menurut Effendy (2016: 35-36), apa pun tujuannya, metodenya, dan banyaknya sasaran, pada diri komunikan perlu diperhatikan faktor-faktor sebagai berikut: (1) Faktor kerangka referensi, dan (2) Faktor situasi dan kondisi.

Faktor kerangka referensi bupati dan dinas pariwisata kabupaten Bogor adalah orang yang berpendidikan. Status sosial mereka adalah pejabat publik. Oleh karena itu, Balai Bahasa Jawa Barat melakukan komunikasi secara formal dan menggunakan protokoler saat berkomunikasi dengan pihak pemerintah. Faktor kerangka referensi pemilik ruang publik adalah seorang pengusaha. Seorang pengusaha memiliki prinsip 'waktu adalah uang' sehingga mereka tidak suka berlama-lama menghadiri suatu acara. Maka Balai Bahasa akan melakukan sosialisasi secara singkat dan jelas.

## Hambatan Komunikasi

Saat melakukan komunikasi, bisa saja muncul hambatan-hambatan komunikasi. Hambatan komunikasi merupakan semua hal yang tidak dimaksudkan oleh sumber informasi. Hambatan akan membuat proses komunikasi tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Abdurrachman (1979:66) mengklasifikasikan hambatan komunikasi menjadi empat (4), yaitu:

### 1. Faktor Motivasi

Faktor motivasi merupakan faktor yang dapat menentukan apakah komunikasi dapat diterima atau pun tidak oleh pihak lain. Motivasi seseorang atau kelompok dinilai dapat mempengaruhi opini. Kepentingan seseorang atau kelompok akan mendorong mereka untuk berbuat dan bersikap sesuai dengan kebutuhannya. Kuncinya, komunikasi yang tidak sesuai dengan motivasi seseorang atau kelompok akan menimbulkan kesulitan-kesulitan.

### 2. Faktor *Prejudice* atau Prasangka

Penilaian seseorang atau golongan tertentu biasanya tidak berdasarkan rasio (nalar yang jernih), melainkan berdasarkan emosi, sentimen semata-mata. Pandangannya hanya diarahkan pada segi-segi negatifnya saja. Jika sebelumnya komunikasi didahului oleh prasangka tertentu, maka komunikasi tidak akan berjalan secara lancar.

### 3. Faktor Semantik

Hambatan semantik berupa hambatan komunikasi yang berasal dari katakata. Kata-kata yang mempunyai arti yang tidak sama bagi komunikator dan komunikan atau ejaan yang berbeda, tapi bunyinya hampir sama. Hambatan semantik ini biasanya timbul karena pelafalan atau perbedaan budaya. Faktor semantik ini bisa menjadi sangat mengganggu proses komunikasi, karena pesan yang dimaksud tidak tersampaikan dengan baik.

### 4. *Noise-Factor*

*Noise* adalah gangguan yang disebabkan oleh suara. Ini dapat terjadi karena disengaja mau pun tidak disengaja. *Noise* ini bisa juga muncul karena seseorang atau kelompok tertentu tidak mau menerima isi komunikasi karena tidak menyukainya, baik terhadap komunikatornya maupun tentang isinya.

Hambatan yang dihadapi oleh Balai Bahasa Jawa Barat ada tiga, yaitu tidak adanya sanksi hukum, bahasa Indonesia dianggap tidak penting, dan khawatir menjadi tidak laku. Berdasarkan teori hambatan yang dikemukakan oleh Abdurrachman, tidak ada sanksi hukum termasuk dalam faktor motivasi, bahasa Indonesia dianggap tidak penting termasuk dalam noise factor, dan khawatir menjadi tidak laku termasuk dalam faktor prasangka.

## Pelaksanaan Sosialisasi Partisipatif

Sosialisasi partisipatif (*participative socialization*) adalah sosialisasi yang dilakukan dengan memberikan rangsangan tertentu agar pihak yang tersosialisasi mau melakukan suatu tindakan, misalnya dengan memberikan hadiah (*reward*). Contohnya, seorang anak agar giat belajar dan nantinya naik kelas biasanya orang tua merangsangnya dengan menjanjikan hadiah kepada anak (Setiadi & Kolip, 2005:159). Dalam hal ini, rangsangan yang diberikan oleh Balai Bahasa Jawa Barat adalah melalui lomba Pemertabatan Bahasa Negara. Balai Bahasa menjadikan lomba ini sebagai perangsang agar pemilik ruang publik mengubah penggunaan bahasa asing menjadi bahasa Indonesia. Pemenang lomba ini akan mendapatkan hadiah berupa uang dan piala.

Ini sesuai dengan salah satu ciri dari sosialisasi partisipatif, yaitu memberikan

imbangan bagi perilaku yang baik. Hal ini dapat dilihat dari berbagai macam penghargaan yang diberikan kepada orang-orang yang dianggap berprestasi, sehingga penghargaan ini dijadikan sebagai perangsang agar orang melakukan sesuatu sesuai dengan kehendak yang memberikan penghargaan (Setiadi & Kolip, 2005:159).

Lomba ini merupakan puncak acara dari kegiatan sosialisasi Pemertabatan Bahasa Negara di ruang publik. Sebelum melakukan lomba, Balai Bahasa terlebih dahulu melakukan pemantauan, lokakarya, audiensi, dan sosialisasi.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Teknik komunikasi yang dipilih oleh Balai Bahasa Jawa Barat adalah komunikasi informatif dan komunikasi persuasif. Pemilihan kedua teknik komunikasi ini didasarkan kepada banyaknya ruang publik yang belum mengetahui mengenai undang-undang penggunaan bahasa. Dalam undang-undang tersebut tidak ada sanksi, sehingga Balai Bahasa tidak bisa memaksa ruang publik untuk merubah penggunaan bahasa asing.
2. Sasaran komunikasi Balai Bahasa Jawa Barat adalah pihak pemerintah setempat dan pemilik ruang publik. Balai Bahasa Jawa Barat memperhatikan dua faktor untuk mengenali sasaran komunikasi, yaitu faktor kerangka referensi dan faktor situasi dan kondisi. Kerangka referensi pemerintah adalah seorang pejabat, sedangkan pemilik ruang publik adalah pengusaha. Situasinya adalah pejabat dan pengusaha sebagai sasaran komunikasi Balai Bahasa Jawa Barat memiliki banyak kesibukan, sehingga tidak bisa berlama-lama menghadiri suatu acara.
3. Hambatan yang dialami Balai Bahasa Jawa Barat selama pelaksanaan sosialisasi ada tiga, yaitu tidak adanya sanksi hukum, bahasa Indonesia dianggap tidak penting, dan khawatir menjadi tidak laku. Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, Balai Bahasa Jawa Barat meminta bantuan pemerintah setempat, dan Balai Bahasa memilih kegiatan lomba sebagai bentuk penertiban bahasa asing di ruang publik.
4. Sosialisasi partisipatif (*participative socialization*) adalah sosialisasi yang dilakukan dengan memberikan rangsangan tertentu agar pihak yang tersosialisasi mau melakukan suatu tindakan. Balai Bahasa menjadikan lomba Pemertabatan Bahasa Negara sebagai perangsang agar pemilik ruang publik mengubah penggunaan bahasa asing menjadi bahasa Indonesia. Sosialisasi yang dilakukan Balai Bahasa Jawa Barat ini terdiri dari 5 tahap, yaitu: pemantauan, lokakarya, audiensi, pelaksanaan sosialisasi, dan lomba Pemertabatan Bahasa Negara.

#### **E. Saran**

1. Teknik komunikasi yang dipilih oleh Balai Bahasa Jawa Barat sudah tepat. Namun, Balai Bahasa Jawa Barat harus lebih tegas agar pemilik ruang publik bersedia mengubah penggunaan bahasa asing. Meskipun tidak ada sanksi, masalah penggunaan bahasa ini sudah diatur dalam undang-undang dan tentu harus diterapkan.
2. Sasaran komunikasi Balai Bahasa Jawa Barat adalah pemerintah dan pemilik ruang publik. Sebaiknya Balai Bahasa menambah sasaran komunikasi yaitu masyarakat umum dan media. Hal ini bertujuan agar masyarakat Indonesia mengetahui bahwa di ruang publik harus mengutamakan Bahasa Indonesia.
3. Untuk menghindari hambatan komunikasi seperti hambatan motivasi, prasangka, dan *noise*, sebaiknya Balai Bahasa Jawa Barat meminta bantuan media, selain

meminta bantuan pemerintah setempat. Dengan dipublikasikan ruang publik mana saja yang melanggar melalui media, tentu akan membuat mereka malu karena dilihat oleh masyarakat.

4. Tahapan pelaksanaan sosialisasi Pemertabatan Bahasa Negara yang dilakukan oleh Balai Bahasa Jawa Barat sudah sangat baik. Namun masih ada yang kurang, yaitu tidak adanya evaluasi. Seharusnya Balai Bahasa mengadakan evaluasi untuk melihat keberhasilan kerja Balai Bahasa sendiri. Selain itu, evaluasi diperlukan untuk terus memantau ruang publik yang sudah diberi penghargaan oleh Balai Bahasa. Jangan sampai ada kejadian setelah mereka mendapat hadiah, mereka kembali menggunakan bahasa asing.

### Daftar Pustaka

- Abdurrachman, Oemi. 1979. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Alo liliweri, 2008. *Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ibrahim, Subandy Idi. 2004. *Dari Nalar Keterasingan Menuju Nalar Pencerahan: Ruang Publik dan Komunikasi*. Bandung: Jalasutra.
- Ma'arif, Bambang Saiful. 2010. *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Setiadi M. Elly & Kolip Usman. 2011. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Kencana.
- Suyanto, Edi. 2011. *Membina, Memelihara, dan Menggunakan Bahasa Indonesia Secara Benar*. Yogyakarta: Ardana Media.